Communiqué de presse

Le 13 octobre 2010

BIC recycle ses rasoirs… et sa publicité.

Pour promouvoir l'opération de recyclage de ses rasoirs, BIC lance, avec Hémisphère droit, une nouvelle campagne publicitaire autour d'Eric Cantona en « recyclant » la célèbre publicité de 1995.

L'engagement de BIC dans le développement durable
BIC a toujours conçu ses produits pour qu'ils offrent le maximum d'usage et n'utilisent que le minimum de matière possible. C'est ainsi que le stylo à bille BIC® Cristal permet d'écrire plus de 2km et ne pèse que 5,8 gr et que le rasoir trois lames BIC® 3 offre au moins 10 jours de rasage, pour un poids de seulement 9 gr. Mais le groupe ne s'arrête pas là et réfléchit aussi en permanence à des solutions de réduction des impacts environnementaux, en cohérence avec ses valeurs de responsabilité, d'innovation et d'ingéniosité. A ce titre, le groupe a mis au point en France l'opération « BIC® recycle », un système simple pour aider ses consommateurs à récupérer et à recycler leurs rasoirs BIC®.

L'opération BIC recycle
Le principe est le suivant : le consommateur achète ses rasoirs BIC®, les utilise, commande sur le site dédié www.bicrecycle.com une enveloppe de recyclage et envoie gratuitement à BIC un maximum de dix rasoirs usagés par enveloppe. Les rasoirs sont ensuite recyclés en cale de lave-linge.

A l'occasion de cette campagne, Marie Saglio, directrice générale de BIC France déclare : *« Avec plus de 30% de parts de marché*, BIC est numéro un en France du marché du rasage une-pièce. A travers cette opération, nous voulons apporter une solution de recyclage simple et innovante aux millions de consommateurs qui font chaque jour confiance à l'excellent rapport qualité / prix de nos rasoirs monolame, bilame, trois-lames ou quatre-lames».*

La campagne publicitaire
Pour communiquer sur cette opération « BIC® Recycle », Hémisphère droit a tout naturellement proposé à BIC de recycler la campagne de 1995 où Eric Cantona avait fait ses premiers pas dans la pub. L'agence a imaginé un script dans lequel l'Eric Cantona de 1995 fait face à celui de 2010. Un choc de titans où l'on voit qu'Eric Cantona, jadis « irrécupérable », est devenu responsable !

Les films, réalisés par Frank Tapiro (ex créatif de la campagne BIC 1995 chez Euro RSCG), sont dans la droite ligne de l'ADN de la marque BIC® : simples, populaires et décalés.

Un film TV teaser de 5'', diffusé du 13 au 16 octobre 2010, lancera la campagne et sera relayé dès le 17 octobre et juqu'au 7 novembre par un spot TV de 20'' diffusé sur TF1, Canal +, et sur les chaines câble satellite.

Le site web www.bicrecycle.com, également conçu par Hémisphère droit, invitera dès le 13 octobre les internautes à découvrir les pubs de 1995 et de 1996 ainsi que la version 30'' du spot TV 2010. En bonus, on pourra aussi y voir et revoir l'irrésistible mode d'emploi d'Eric Cantona expliquant à sa manière les différentes étapes de l'opération « BIC recycle », depuis la récupération jusqu'au recyclage des rasoirs.

Enfin, deux autres films teasers seront diffusés sur le web pour créer du buzz sur cette campagne qui proposera aussi aux internautes de « recycler » leurs amis sur Facebook !

Au final, un dispositif à la fois riche, innovant et événementiel pour lancer une opération d'envergure.

« *Cette production (On Broadway prod) s'inscrit parfaitement dans une volonté de production de film « développement durable », qui est aujourd'hui très en vogue dans le monde du cinéma, notamment aux Etats-Unis. L'objectif est de récupérer un maximum d'images existantes et de les remonter avec un minimum de nouvelles images* » explique Frank Tapiro, président d'Hémisphère droit.

* Sources : Nielsen. Parts de marché volume. Cuumul annuel mobile Juin 2010. France/ marché du rasage non rechargeable

A propos de BIC :

Un des leaders mondiaux des articles de papeterie, des briquets et des rasoirs, BIC fabrique depuis plus de 50 ans des produits de grande qualité accessibles à tous, partout dans le monde. Cette vocation a permis au Groupe d'être aujourd'hui l'une des marques mondiales les plus reconnues. BIC commercialise ses produits dans plus de 160 pays et a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 1 562,7 millions d'euros. Coté sur Euronext Paris, BIC fait partie des indices boursiers SBF120 et CAC MID100 ; BIC fait également partie des indices ISR suivants : FTSE4Good Europe, ASPI Eurozone, Ethibel Excellence Europe et Carbon Disclosure French Leadership index 2009 (CDLI). La marque BIC est la première à obtenir l'écolabel NF environnement sur 10 de ses produits phares d'écriture

A propos d'Hémisphère droit :

Hémisphère droit est une agence indépendante présidée par Frank Tapiro.
Hémisphere droit a été élue meilleure agence indépendante de l'année en 2004, 2005, 2006 et 2007.
Hémisphère droit gère des grandes marques internationales de grande consommation comme BIC (rasoirs et briquets), de grandes enseignes internationales et nationales comme Lancia, Virgin Radio, Virgin Mobile France, France Inter, Party Poker, Fortuneo, Connexion, POWEO, Sunny Delight, Humex, , Walibi

Fiche technique de la campagne BIC recycle:
Responsables annonceur : Alexis Vaganay, Marie Saglio
Responsables agence : Patrick Allouche, Geoffroy Machepy, Laetitia Le Goff
Directeur de Création : Frank Tapiro
Concepteur Rédacteur : Benoît Narbonnet
Directeur Artistique : Romain Cotto
Réalisateur : Frank Tapiro
Production : On Broadway Prod

Contacts Service Communication BIC : Claire Gerard
+33 1 45 19 53 55 - claire.gerard@bicworld.com

Contact Presse BIC : Claire Doligez - +33 1 53 70 74 48 - cdoligez@image7.fr //
Priscille Reneaume - +33 1 53 70 74 89 - preneaume@image7.fr

Contact agence : Hemisphere droit / Sali Elmenkouri
+33 01 58 740 826 - sali.elmenkouri@hemispheredroit.com